

Информационная безопасность интернет-ресурсов



Подготовил: ассистент кафедры
политологии и правоведения
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский
национальный
университет имени Тараса
Шевченко»
Кучер К. В.

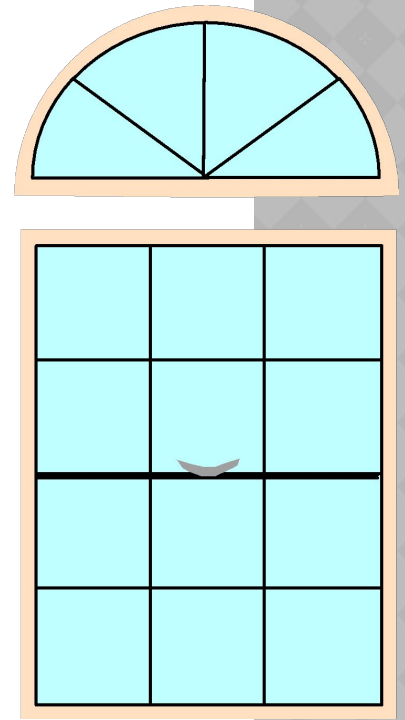
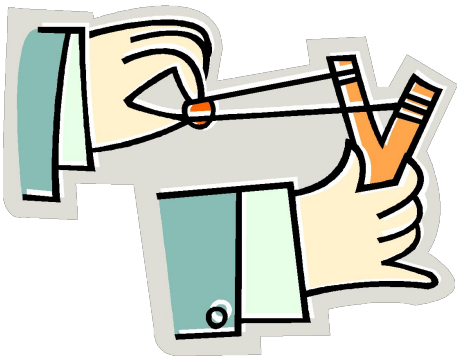


БЕЗОПАСНОСТЬ
ЭТО НЕ
СОСТОЯНИЕ, А
НЕПРЕКРАЩАЮ-
ЩИЙСЯ ПРОЦЕСС



БРЮС ШНАЙЕР

ЖИВУЩЕМУ В СТЕКЛЯННОМ
ДОМЕ НЕ СТОИТ БРОСАТЬСЯ
КАМНЯМИ



**Развитые страны наиболее
уязвимы в информационном
отношении**

ОБЪЕКТЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В СЕТИ

1. Сознание
2. Данные
3. Программы
4. «Железо»

Проблемы информационной безопасности

Основные понятия

Безопасность – отсутствие угроз, либо состояние защищенности от угроз.

Информация – сведения или сообщения.

Угроза информационной безопасности — совокупность условий и факторов, создающих опасность жизненно важным интересам личности, общества и государства в информационной сфере.

**Средства
массовой
коммуникации, в т.ч.
Интернет**

Образование

**ИСТОЧНИКИ
ИНФОРМАЦИИ**

Литература

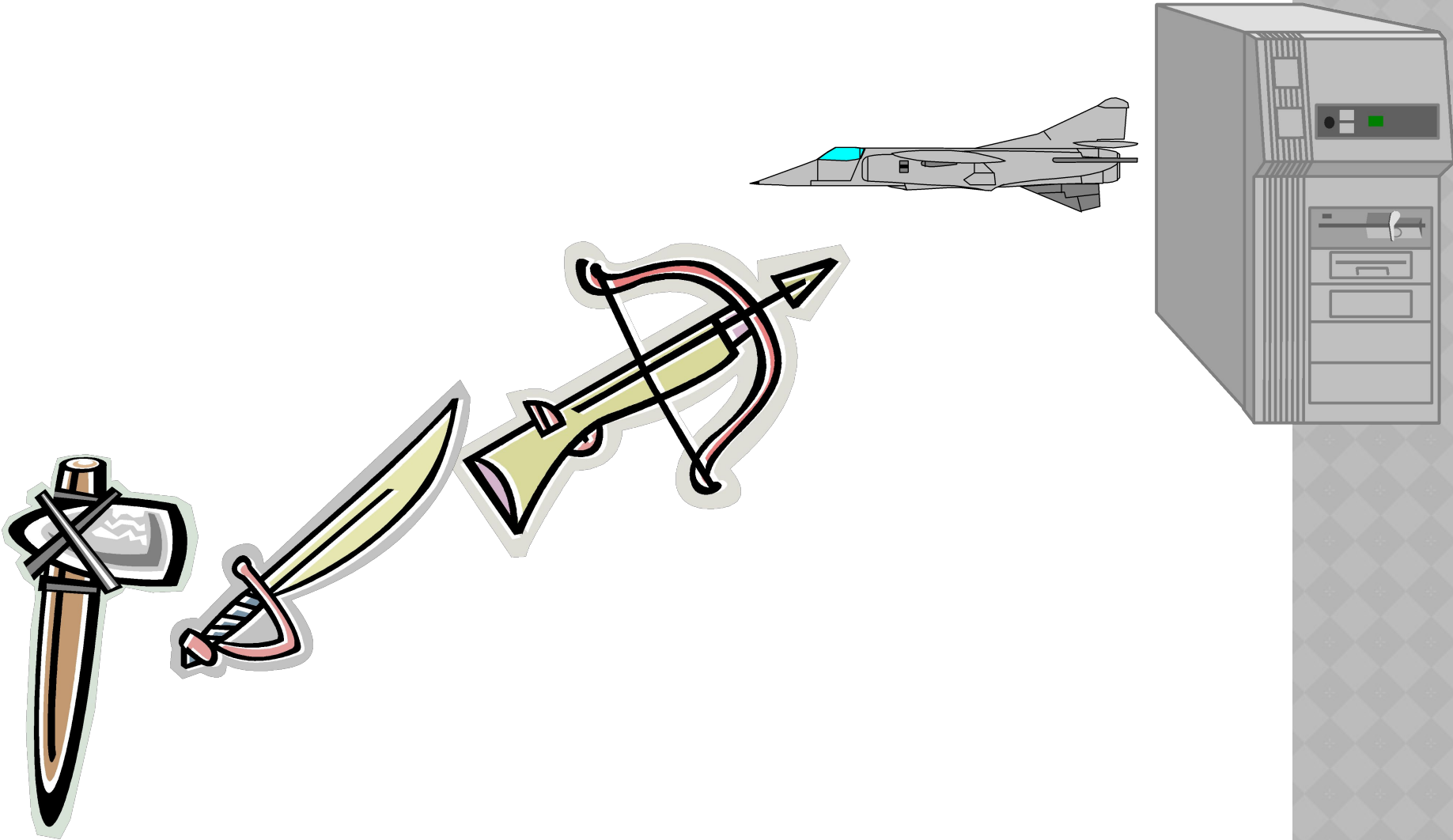
Искусство

Личное общение

**Система
социально-
воспитательной
работы**

**Любое из этих средств может быть использовано
на благо или во вред личности!**

ЭТАПЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ОРУЖИЯ



ПРОМЫШЛЕННО РАЗВИТЫЕ
ГОСУДАРСТВА ЧЕРЕЗ СОБСТВЕННЫЕ
ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
ПОЛУЧАЮТ ВОЗМОЖНОСТЬ ВЛИЯНИЯ
НА ДРУГИЕ СТРАНЫ, КОТОРЫЕ
ЭТИМИ ТЕХНОЛОГИЯМИ
ПОЛЬЗУЮТСЯ

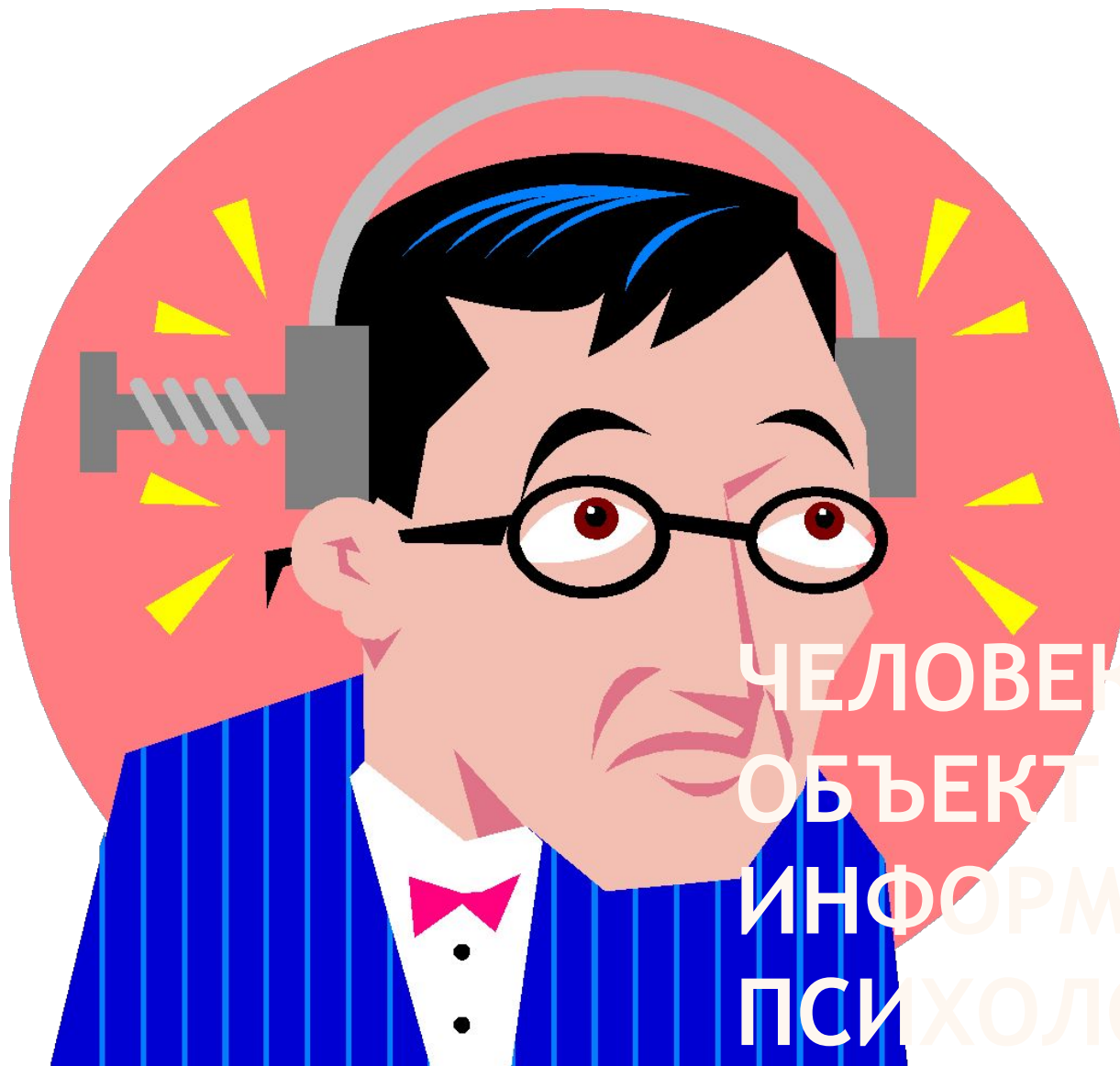
США - 60% ресурсов Интернет

Россия - 1%

Китай - 1%

ПРОГРАММА «ЭШЕЛОН»

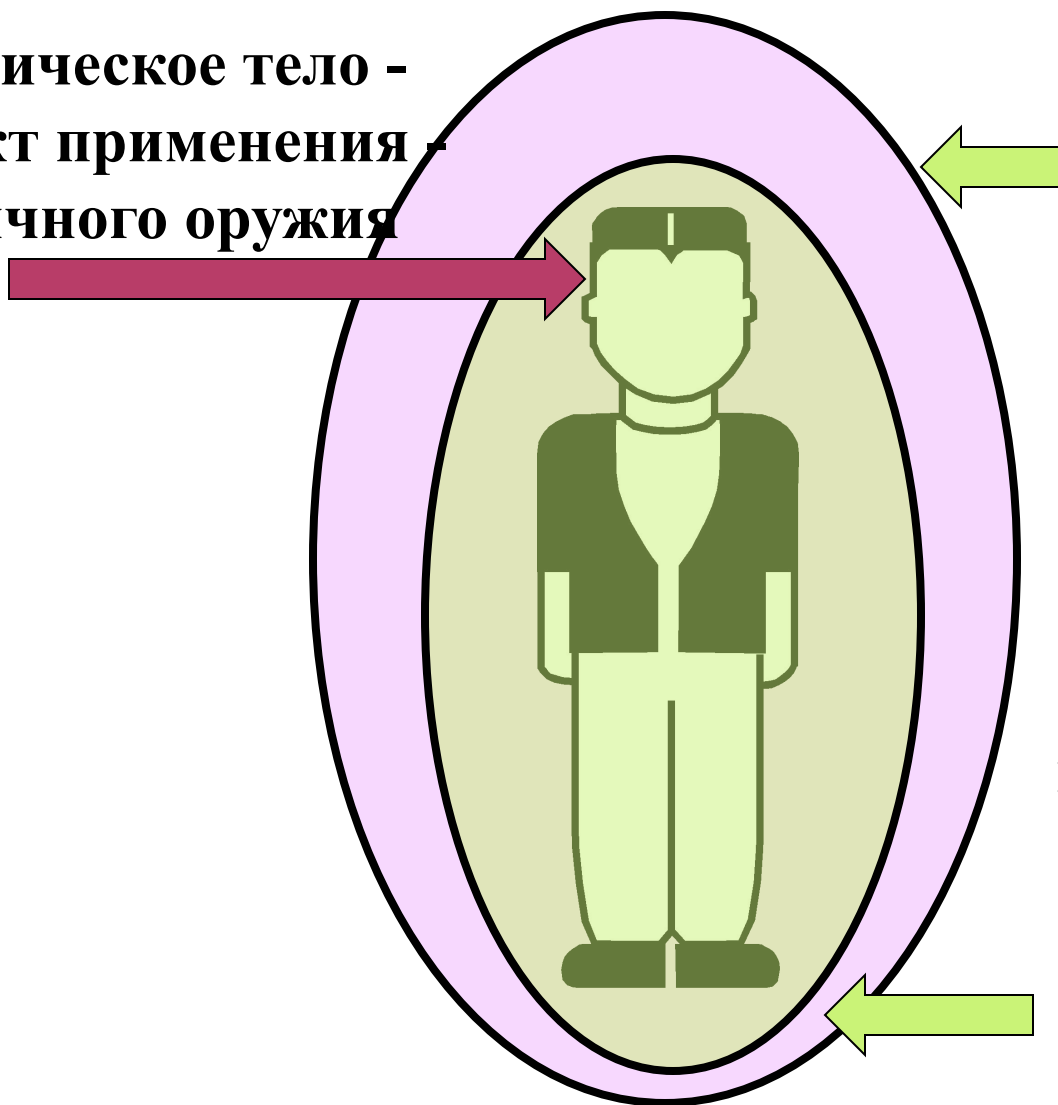
- Проводится АНБ США в разведывательных целях
- Использование контроля за основными магистралями ОТКС
- Перехват и анализ большинства поисковых запросов, контроль трафика, отслеживание реальных маршрутов передачи сообщений
- Поддержание разветвленной сети серверов, предоставляющих анонимные услуги по скрытию информации



ЧЕЛОВЕК КАК
ОБЪЕКТ
ИНФОРМАЦИОННО-
ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО
ВОЗДЕЙСТВИЯ

МОДЕЛИ ПСИХИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

**Физическое тело -
объект применения
обычного оружия**

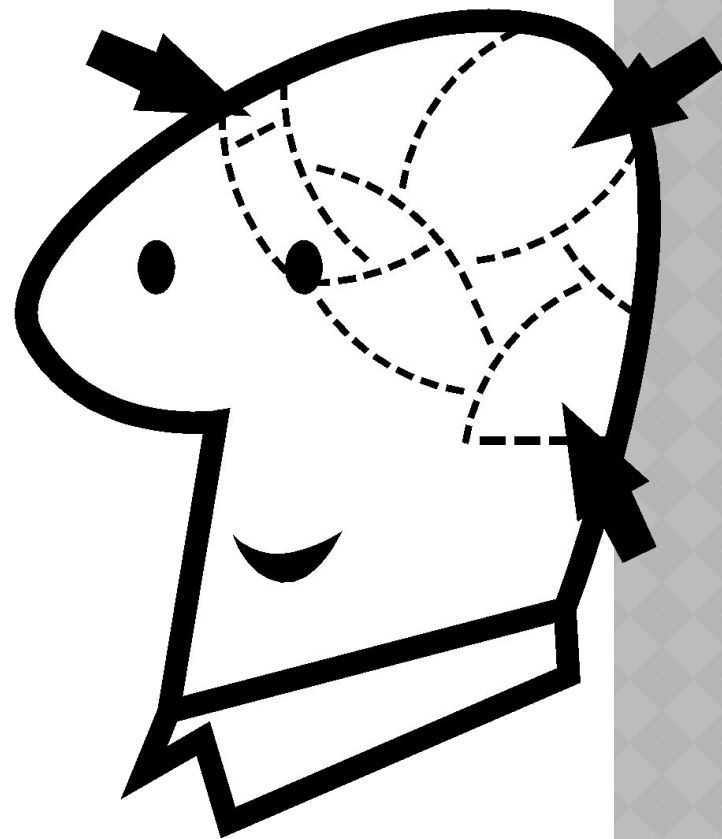


**Сфера
сознательного**

**Полевая
(духовная) сфера -
объект
применения
информационного
оружия**

**Сфера
бессознательного**

СОЗНАНИЕ ИГРАЕТ
РОЛЬ ЗАЩИТНОЙ
ОБОЛОЧКИ,
ЗАЩИЩАЮЩЕЙ
ОРГАНИЗМ ОТ
ОПАСНЫХ
ИНФОРМАЦИОННЫХ
ВОЗДЕЙСТВИЙ



МЕТОДЫ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

```
graph TD; A[МЕТОДЫ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ] --> B[Мобилизационные]; A --> C[Маркетинговые]; B --> D[Агитация  
Пропаганда]; C --> E[Рациональное  
убеждение];
```

Мобилизационные

↓
Агитация
Пропаганда

Маркетинговые

↓
Рациональное
убеждение

ТЕОРИЯ МАССОВОГО ОБЩЕСТВА

как научная база для исследований политической коммуникации

Массы – элементарные спонтанно возникающие коллективы, которые во многом напоминают толпы, однако по многим параметрам радикально отличаются от них (классическое определение Г. Блумера).

Характеристики:

1. Масса формируется из представителей **разных** социальных, культурных, расовых, профессиональных и т.п. групп населения.
2. Массы состоят из **анонимных** индивидов.
3. **Взаимодействие и обмен опытом** между членами массы **минимален**, т. к. они физически разобщены между собой.
4. В массах **отсутствует организационная структура**. В отличие от толпы они не могут действовать согласованно.

СМИ – основной инструмент, объединяющий людей в массы. Массы не являются ни *толпой*, ни *публикой*. Поэтому продукция СМИ и все, что связано с массовой культурой, производится в максимально простой и элементарной форме.

СЛУХИ

- Согласно П. Сорокину, слухи можно классифицировать в зависимости:
- 1) от количества и качества взаимодействующих индивидов;
- 2) от характера актов;
- 3) от характера проводников.

СЛУХИ

- «Слух есть некая разновидность информации, которая распространяется исключительно по неформальным каналам и направлена на удовлетворение некоей реальной информационной потребности, не удовлетворяемой иными способами, коллективная попытка найти ответ на некий актуальный вопрос в условиях дефицита информации». А.В. Оболонский
- Американский психолог Дж. Меерло считает, что слухи являются такой же «необходимостью для взрослого человека, как сказка для ребенка». Человек, который распространяет слухи, увеличивает свой социальный престиж, рассказывая «важные новости». Человек, воспринимающий слухи, хочет окунуться в увлекательные новости
- На основе того, каким эмоциональным потребностям людей удовлетворяют слухи, выделяют три их вида:
- 1) слух-мечта (pipe-dream rumors);(пример)
- 2) слух-пугало (fear or bogey rumors);
- 3) слух-разделитель (wedge-driving rumors).(комментарии в соцсетях)

«Дьявольский» характер врага. Враг угрожает целям и ценностям. Это умная и коварная сила, склонная вредить из принципа и имеющая склонность к трусливым и закулисным методам.

Мужественный образ себя. Пропаганда стойкости и героизма своей группы и публичное наказание отступников и сторонников мирного разрешения конфликта.

Моральность себя — аморальность противника. Один из вариантов подчёркивания собственной моральности и справедливости — это предположение о несчастных и, в принципе, хороших рядовых членах группы противника, которых обманывает «чёрная верхушка», погрязшая в коррупции и лжи.

Селективная невнимательность. Воспринимаются только те темы, которые подтверждают сложившийся образ врага и отвергаются все остальные.

Отсутствие эмпатии. Трудно убить кого-то или нанести ему существенный вред, если воспринимаешь его таким же человеческим существом. Категоризация противника как существа неодушевлённого, биологического или аморального, ставит его вне закона, делает эмпатию в отношении него очень слабой и тем самым защищает личность от психологического ущерба при совершении его агрессивных действий.

Милитаристская самоуверенность. Рост страха часто сочетается с милитаристской самоуверенностью, особенно у профессиональных солдат.[39]

«Приклеивание ярлыков». Используется для того, чтобы опорочить какую-то идею, личность или явление посредством оскорбительных эпитетов или метафор, вызывающих негативное отношение. Чаще всего применяют в отношении политических деятелей, представителей высшего командования и других общественных лиц. Так, Б. Березовский назвал Ю. Лужкова «врун, болтун и хохотун».

«Сияющее обобщение». Заключается в обозначении конкретной идеи или личности обобщающим родовым понятием, имеющим положительную эмоциональную окраску с целью побудить объект воздействия принять и одобрить преподносимое понятие или суждение. В качестве примера приведём один из лозунгов партии «Яблоко»: «МЫ не боремся с коммунизмом, МЫ боремся с НИЩЕТОЙ». Этот способ позволяет скрывать отрицательные последствия усвоения содержания внушения и тем самым не проводить негативные ассоциации.

«Перенос» (трансфер). Вызывает через преподносимый образ (понятие, идею, лозунг) ассоциации с кем-либо (чем-либо), имеющим в глазах объекта бесспорный престиж (ценность), чтобы сделать содержание воздействия приемлемым. Например, для американцев такой ценностью обладает образ Авраама Линкольна, для китайцев — Конфуция.

«Свидетельство». Используется для манипулирования массовым сознанием. Заключается в цитировании высказываний личности, которую уважает или ненавидит объект воздействия. Высказывание, как правило, содержит положительную оценку преподносимой идеи (понятия, суждения) и ставит своей целью побуждение объекта воздействия к принятию навязываемого ему мнения по этому поводу. Например, наши политики в теледебатах подкрепляют свои аргументы высказываниями древнегреческих философов.

«Общая платформа». Побуждает объекта воздействия принять содержащуюся в информации идею (суждение, оценку, мнение) на том основании, что якобы большинство представителей данной социальной группы разделяют её. Например: «Надо отменить смертную казнь, так как практически во всех демократических странах она давно отменена».

СПРАВОЧНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

**Помимо социальных сетей,
среди молодёжи популярны
следующие виды
и формы онлайн-развлечений:**

- сетевые игры;**
- просмотр и скачивание
фильмов, клипов,
аудиофайлов, программ;**
- обмен файлами;**

ГЛОССАРИЙ

Аватáр, аватáра, áва, также **аватáрка** (от **англ. avatar**), **юзерпíк** (от **англ. user picture** – «картинка пользователя») – графическое представление **пользователя**. Аватар может быть двухмерным изображением или же являться трёхмерной моделью. Кроме этого, аватар может быть представлен в виде текста. Основная цель аватара – публичное графическое представление пользователя, созданное самим пользователем.

Файлообменник - сервис, предоставляющий пользователю место под его файлы и круглосуточный доступ к ним через сеть.

ГЛОССАРИЙ:

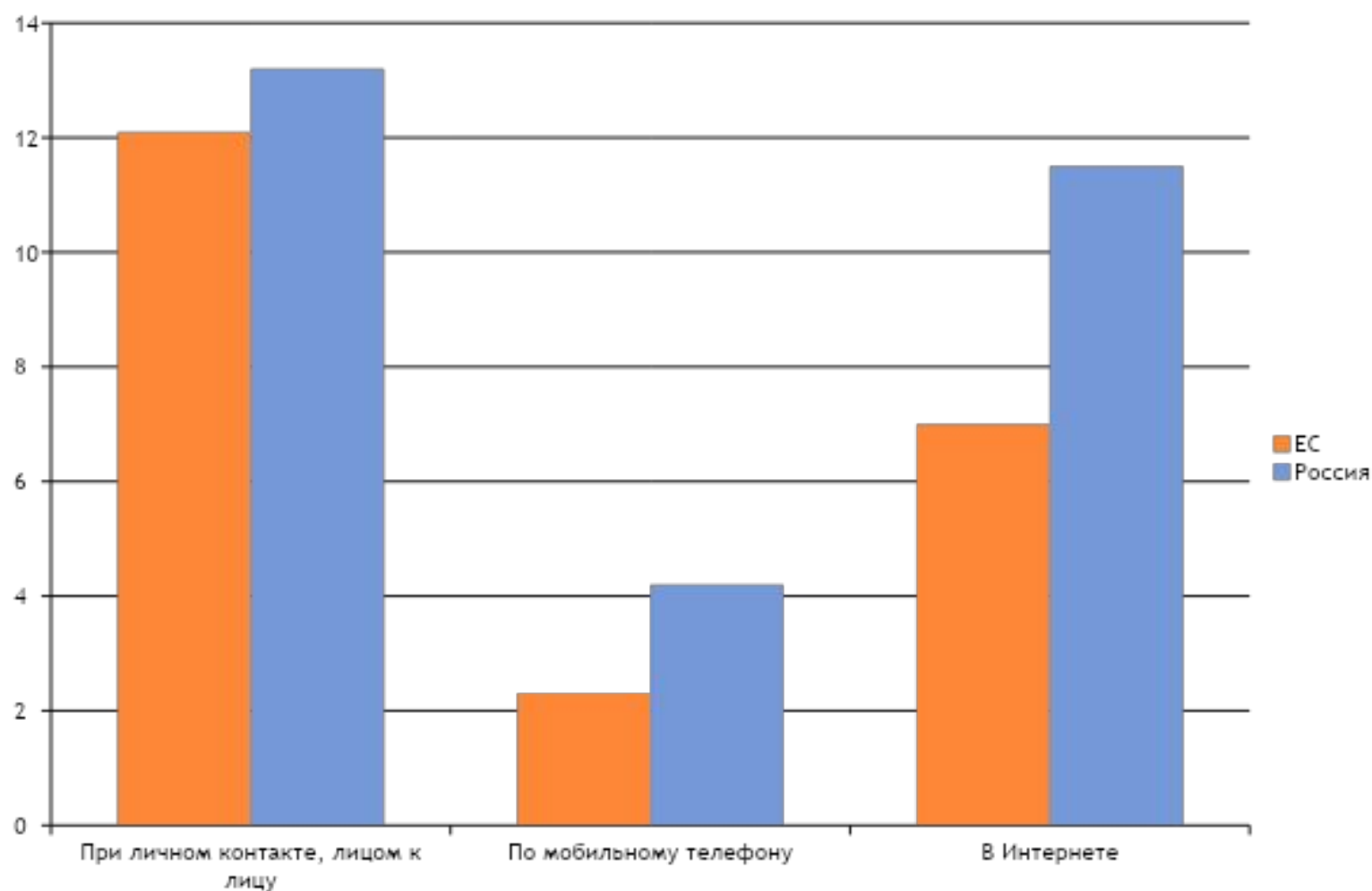
Буллинг - неоднократное умышленное агрессивное поведение, как физическое, так и вербальное, направленное против того, кто по каким-то причинам считается слабее, с целью унижения его достоинства

23% детей, пользующихся Интернетом - жертвы буллинга

ОСНОВНАЯ ПЛОЩАДКА КИБЕРБУЛЛИНГА - СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

- оскорбления в чатах;
- оскорбления на форумах;
- оскорбления в блогах и комментариях к ним;
- поддельные страницы;
- видеоролики со сценами издевательств и даже избиений

СИТУАЦИИ, В КОТОРЫХ ДЕТИ ПОДВЕРГАЮТСЯ БУЛЛИНГУ



ГЛОССАРИЙ:

Контент (content) - под "контентом" в широком смысле понимают собственно наполнение сайта. Контент сайта соотносится с дизайном, как содержание с формой. В более узком смысле слова 'контент сайта' (site content) - это материалы, размещенные на нем: в основном тексты, а также картинки и музыка. В этом смысле (веб-сервисы) - это материалы, размещенные на нем: в основном тексты, а также картинки и музыка. В этом смысле веб-сервисы и разного рода (движки) - это материалы, размещенные на нем: в основном тексты, а также картинки и музыка. В этом смысле веб-сервисы и разного рода движки контентом не являются.

КОНТЕНТНЫЕ РИСКИ:

Материалы(тексты, картинки, аудио и видео файлы, ссылки на сторонние ресурсы), содержащие :

- ⦿ насилие,
- ⦿ агрессию,
- ⦿ эротику и порнографию,
- ⦿ нецензурную лексику,
- ⦿ информацию, разжигающую расовую ненависть,
- ⦿ пропаганду анорексии и булемии,
- ⦿ пропаганду суицида,
- ⦿ пропаганду азартных игр и т.д.

ЭЛЕКТРОННЫЕ (КИБЕР) РИСКИ:

- ⦿ хищение персональной информации;
- ⦿ вирусные атаки,
- ⦿ онлайн-мошеничество,
- ⦿ спам

Коммуникационные риски:

- ⦿ незаконные контакты (груминг),
- ⦿ киберпреследования,
- ⦿ кибербуллинг

DEEP WEB

